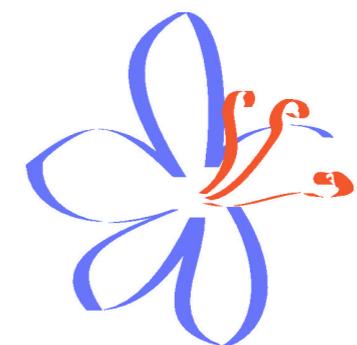


El mercado mundial del Azafrán

Patrick de la Cueva
Gerente de Verdú Cantó SaffronSpain SL



VERDÚ · CANTÓ
SAFFRON SPAIN

Situación actual del mercado de azafrán en el mundo

Volumenes

Producción de azafrán DOP Mancha

Producción de azafrán de Irán

IRÁN

Producción 2014	150 TM
Valor producción 2014	225 M €

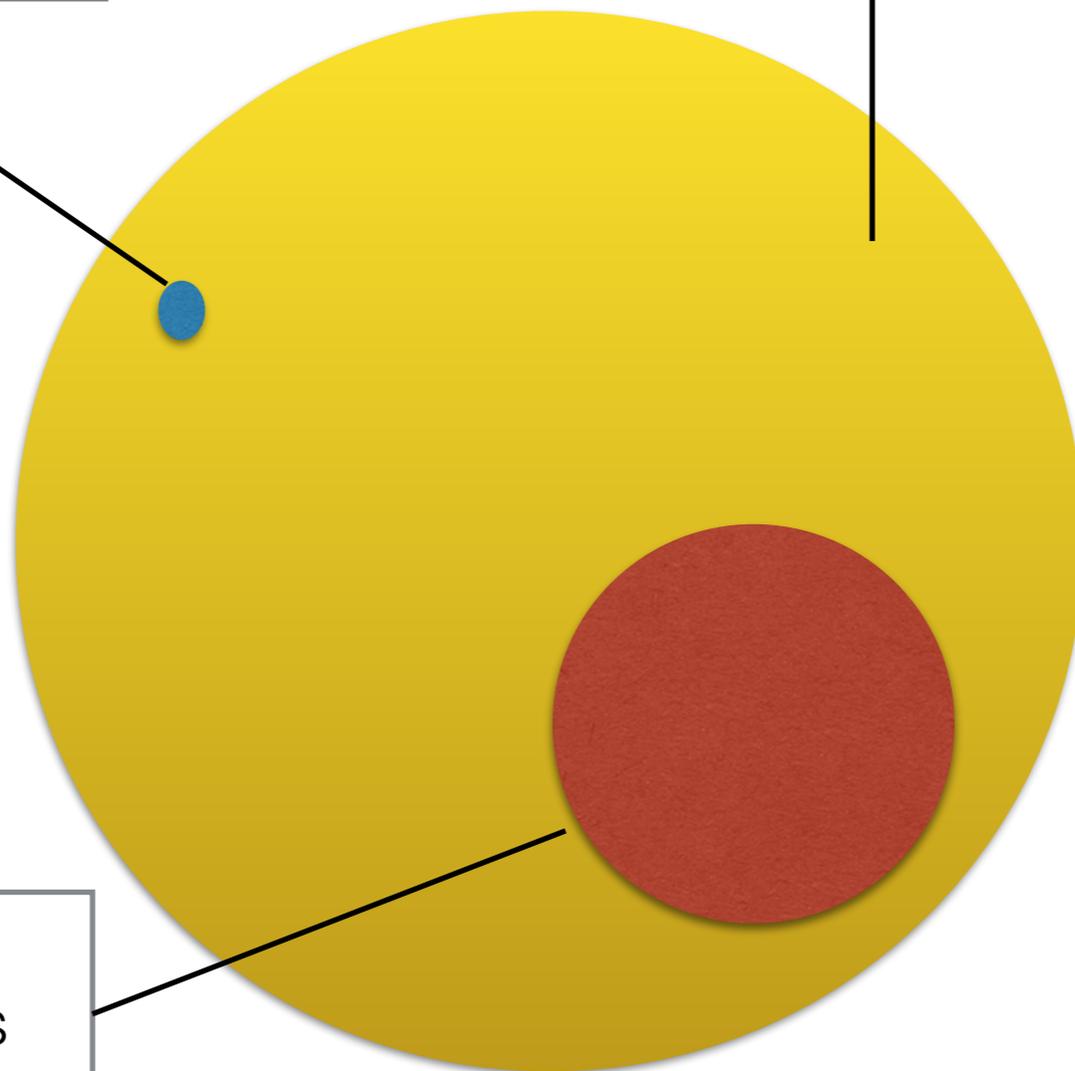
DOP MANCHA

Producción 2014	0,5 TM
Valor producción 2014	1,5 M €

Comercializadores españoles

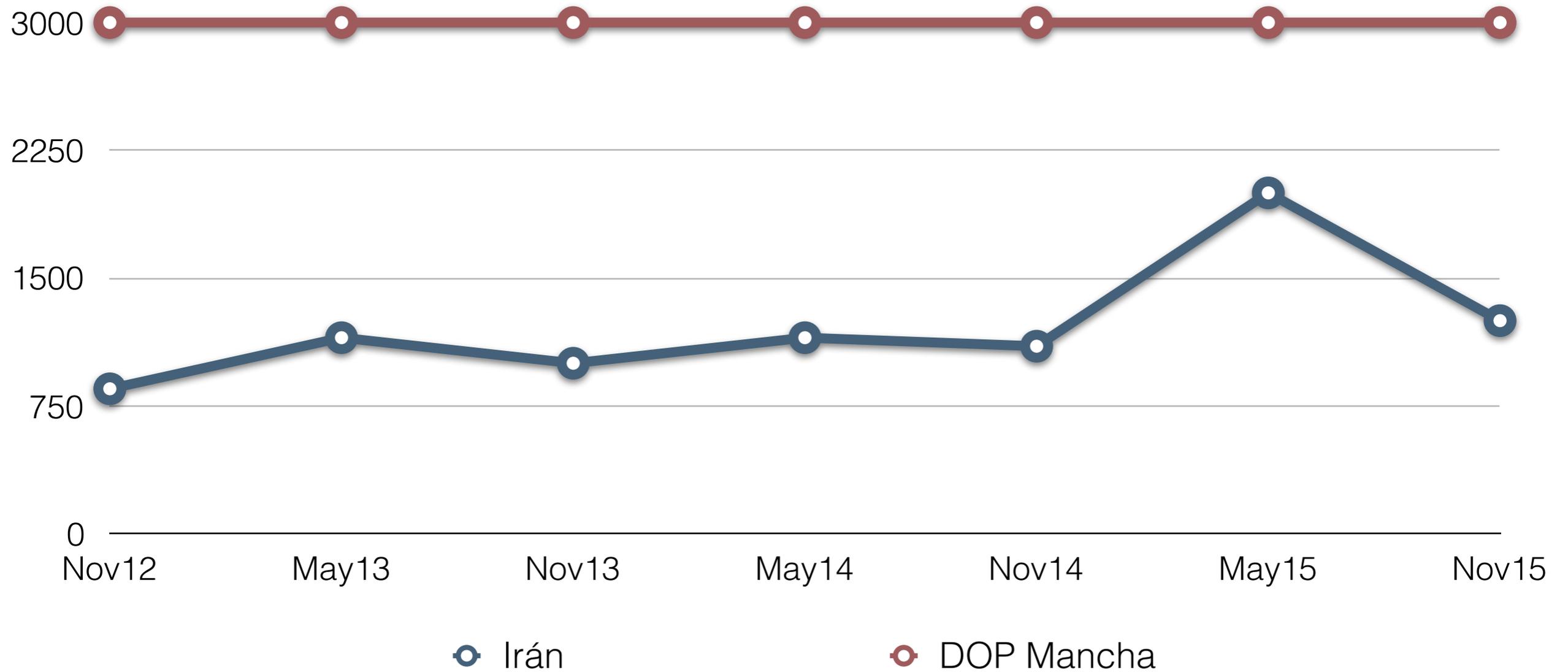
Ventas 2014	35 TM
Valor ventas 2014	70 M €

Comercialización de azafrán por empresas españolas



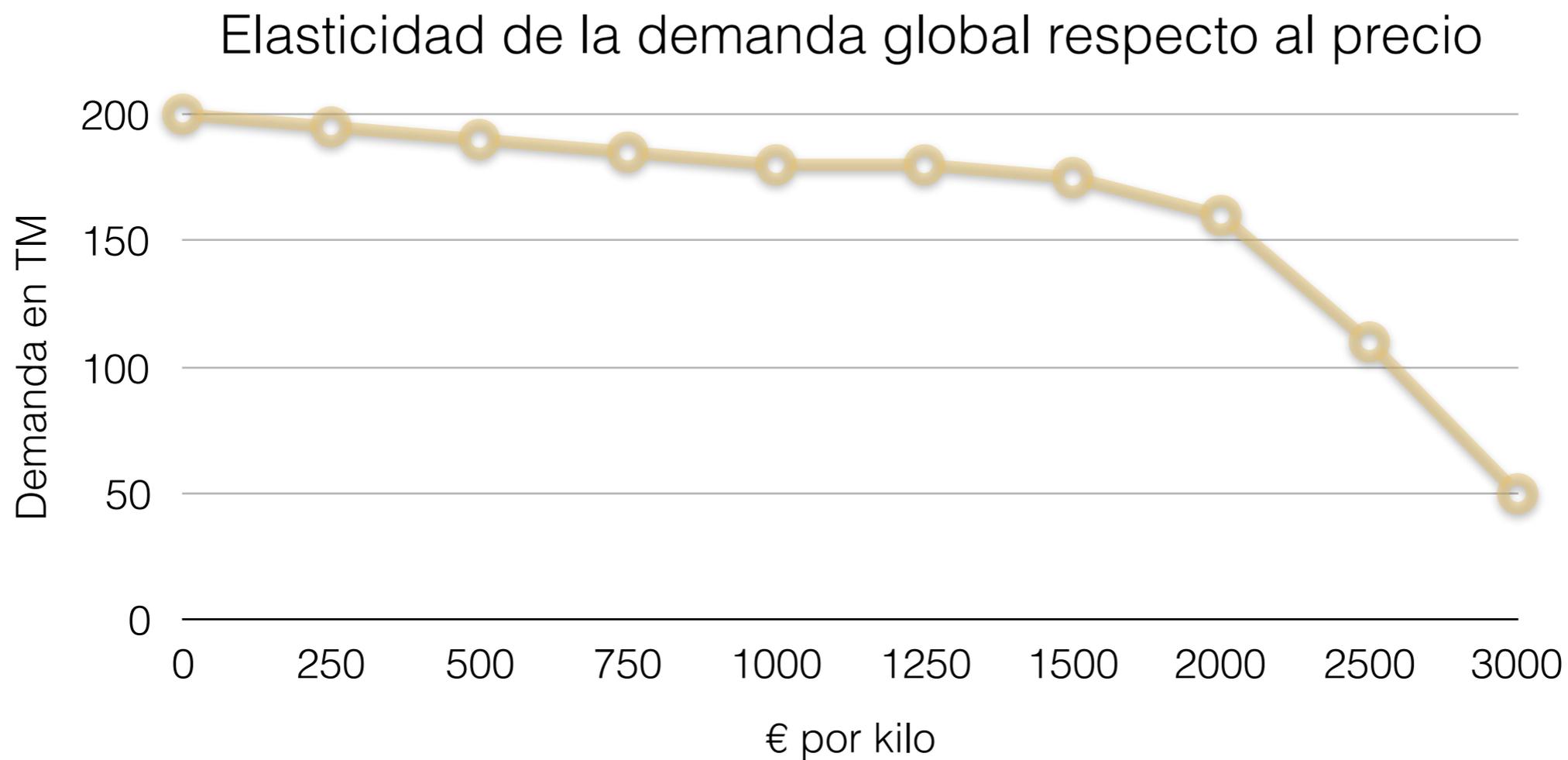
Situación actual del mercado de azafrán en el mundo

Precios



Situación actual del mercado de azafrán en el mundo

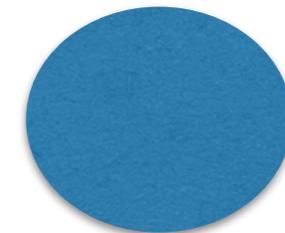
Demanda



El mercado mundial del Azafrán desde distintas perspectivas

EXPORTADORES
IRÁN

COMERCIALIZADORES
ESPAÑOLES



Perspectiva de los exportadores Iranies

	Análisis interno		Análisis externo
D	<ul style="list-style-type: none"> *Exportaciones de granel sin valor añadido *Ventas concentradas en pocos países *Envases y branding muy pobres (solo funcionan en el Golfo Pérsico) 	A	<ul style="list-style-type: none"> *Imagen negativa de Irán como país: yihadismo/ embargo *Gran variabilidad de precios debido a especulación *Competencia y dependencia de España en la comercialización
F	<ul style="list-style-type: none"> *Situación de casi monopolio: 93%de la producción mundial *Costes de producción muy inferiores a otros países productores *Mejora progresiva de la calidad: limpieza/colorantes 	O	<ul style="list-style-type: none"> *Globalización de la información

Perspectiva de los exportadores Iraníes

	Estrategias que sigue Irán
1	Diversificar exportaciones a mercados de su entorno: UAE,KSA,China,India,Afganistan,...
2	Tratar de crear valor añadido a las exportaciones: branding y packaging cada vez más sofisticado
3	Estrategia de caballo de troya en la comercialización: montar empresas en España para comercializar su azafrán a otros países
4	Estrategia informativa en la web foros para dar a conocer al mundo que el 93% del azafrán del mundo es "persa"

Perspectiva de los comercializadores españoles

	Análisis interno		Análisis externo
D	<ul style="list-style-type: none"> *Dependencia de suministro de Irán *Pérdida progresiva de peso en el mercado internacional * Empresas de tamaño medio sin grandes recursos para hacer inversiones de marketing 	A	<ul style="list-style-type: none"> *Competencia de los exportadores Iranies en los mercados de granel *Competencia creciente de los exportadores Iranies en envasado en mercados asiaticos y Africa *Desprestigio de la marca España por las adulteraciones *¿qué pasará cuando termine el embargo a Irán?
F	<ul style="list-style-type: none"> *Empresas centenarias muy especializadas en azafrán *Ventas muy diversificadas en mercados y segmentos * 	O	<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollo de productos derivados del azafrán con mayor valor añadido

Perspectiva de los comercializadores españoles

	Estrategias que siguen los comercializadores
1	Reducir dependencia de Irán: Apostar por la producción en España a menor coste COAE
2	Apostar por la marca empresa en vez de marca País
3	Luchar contra las adulteraciones
4	Crear valor en el producto para compensar pérdida de mercados en granel : azafrán molido, presentaciones diferentes, productos complementarios,etc...

Perspectiva de la DOP azafrán de la Mancha

	Análisis interno		Análisis externo
D	<ul style="list-style-type: none"> *Muy poca producción *Elevados costes de producción *Empresas muy pequeñas y con pocos recursos para comercializar *Normativa muy estricta que solo permite venta de azafrán hebra y producción tradicional * packaging y branding muy débiles 	A	<ul style="list-style-type: none"> *Producción española de calidad fuera de la DOP *La marca Irán o Persia va adquiriendo reputación y es mucho más barato *pérdida de fuerza de la marca Mancha al apenas comercializarse
F	<ul style="list-style-type: none"> *La marca Mancha reconocida globalmente * Apoyo institucional 	O	<ul style="list-style-type: none"> *Segmento de consumidores con conciencia del "Terroir" *Producto souvenir

Perspectiva de la DOP azafrán de la Mancha

	Estrategias que sigue la DOP
1	Campaña contra los comercializadores españoles: lobbying, barreras a la importación, normativa de etiquetado,...
2	Especialización en mercado nicho: souvenir, venta emocional,...

Mis recetas para la DOP

Azafrán de La Mancha
Denominación de Origen Protegida



1	Relajar la norma permitiendo que los agricultores puedan mecanizar cultivo, monda y tostado y así reducir sus costes y aumentar la producción.
2	Alianza con los comercializadores que tienen las estructuras comerciales para desarrollar un mercado premium que no dependa de Irán

Gracias